



お客さまの声を反映する体制・実績

ポーラ お客さまの声を事業活動に反映し、より良いサービスを提供

ポーラでは、商品・サービスへのお客さまからのご意見・ご要望を反映するため、お問合せ内容を毎週、全社へフィードバックするとともに経営会議で定例報告しています。

また商品企画部門、研究開発部門、生産部門、販売部門などへの迅速な情報提供を通じて、新商品企画・設計への反映、商品機能の向上、内容物や容器の改良、表示や広告の適正化などさまざまな改善に努めています。2020年度のご相談件数は1.4万件です。

今後、増加が見込まれるご相談に対して、より良いサービスを提供できるよう、新製品の商品特長や電話対応話法などの勉強会を毎月開催し、ナレッジ強化に努めています。

また、マーケティング部門 販売部門では、毎年一回、ランダムに選ばれたお客さまへ満足度アンケートを実施し、商品使用感やポーラへの要望などのご意見をうかがっています。

2020年は5830件、2021年は5199件のお客さまから回答をいただきました。

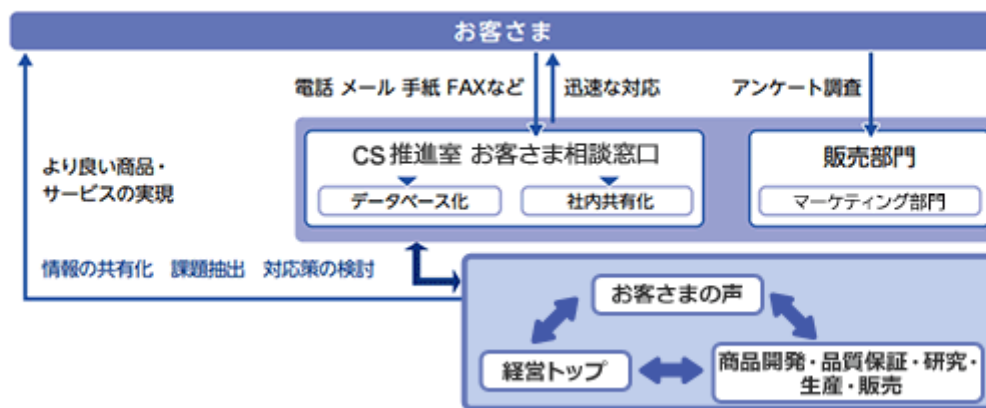
いただいたお客さまの声は社内で共有し、商品の開発などに活用されるとともに、販売品質向上のために役立てられています。「ポーラ ザ ビューティー」ではミステリーショッパー（接客調査）を実施。ショッパーが外部評価を注視し、接客向上に努めています。

また、お互いの接客を披露し合う「接客コンテスト」を実施。参加したビューティーディレクターにとっては、お客さま目線で自身の接客を見直す良いきっかけとなっています。



ポーラお客さま相談窓口

【お客さまの声を活かす仕組み】



オルビス お客さま満足度向上に向けた取り組み

オルビスでは、お客さまと直接電話で接するオペレーターの対応品質のレベルアップに努めています。お客さまの気持ちに寄り添い、一人ひとりお客さまに合った対応を実施し、サービス品質向上につなげています。

また、ECサイトではなるべくお客さまが自己解決できるよう、FAQの使いやすさ、AIチャットボットによる利便性と満足度向上を図り、公益財団法人日本生産性本部サービス産業生産性協議会が実施する日本最大級の顧客満足度調査（JCSI）において、2020年度の通信販売業種「自社ブランド型」で顧客満足度1位を獲得しました。6年連続1位の受賞になります。

お客様の声を反映した取り組み

お客様満足度向上のためのアンケートやダイアログ

ポーラ・オルビスグループの各社では、お客様満足度向上のために、アンケートやダイアログを行っています。ポーラでは、各部署において様々なアンケートを実施し、より多くのお客様の声をサービス向上に反映させています。オルビスでは、「Kikulabo」というアンケートコンテンツのページを設けており、毎月のカatalogや商品のアンケートを通じてお客様満足度の向上に努めています。さらに化粧品業だけでなく、不動産運営をするピーオーリアルエステートでは、2011年よりサービス向上を目指して、ビル利用者の皆さまへ常に快適な環境をお届けするため、テナントビルの従業員の方々にアンケートを実施しています。

DECENCIA 敏感肌ブランドだからこそ大切にしている、お客様に直接会う取り組み

ディセンシアでは、「直接お客様に会い、声を聴くこと」を創業当初から継続して実施してきました。「敏感肌」という特別な肌性を扱うからこそ、その裏側にある不安を払しょくしたい。という思いからスタートした取り組みで、新商品発売前に直に商品を試すことができる「お客様イベント」をはじめ、お客様座談会や全国100人インタビュー等、様々な部署が商品やサービス・コンテンツに関するヒアリングを実施し、2019年は計100名以上のお客様とお会いすることができました。2020年は新型コロナウイルス(COVID-19)感染症の流行の影響を受ける中、オンラインによる取り組みを継続してまいりました。そこで寄せられた肌悩みやご意見が、敏感肌化粧品カテゴリーにおいて常に新機軸となる商品開発や、サービス向上につながるのと同時に、お客様とブランドのエンゲージメント醸成にも寄与しています。

オルビス お客様の声を反映した商品の改善

電話やECサイトを通して毎日たくさんいただくお客様の声を共有するシステムがあり、全社員がいつでも声を確認し、お客様の声に直に触れることで、サービスの改善や新製品のアイデアに役立ててきました。直ぐに改善できるものは直接、担当者へ声を共有し改善へ繋げています。また、お客様の声は社内システムで経営陣にも配信しています。全体的な視点で課題を見出し、商品・サービスに対する改善策を迅速に打ち出しています。